

В научной литературе термины «предпринимательство» и «бизнес» часто отождествляют. Согласно теории английского ученого А. Хоскинга «бизнес – это деятельность, осуществляемая частными лицами, организациями по извлечению природных благ, производству или приобретению для продажи товаров или оказанию услуг в обмен на другие товары (услуги) или деньги к взаимной выгоде заинтересованных лиц или организаций» [5]. Большинство ученых сходятся во мнении, что предпринимательство берет начало с малого бизнеса, обменных сделок, важным фактором его развития является мотивация, т.е. внутренние устремления, которые побуждают человека к риску своими деньгами ради достижения определенных целей. Некоторые экономисты (включая Й. Шумпетера) пытались найти существенную разницу между понятиями «предпринимательство» и «бизнес», рассматривая бизнес как конкретную деятельность, но традиционную, а предпринимательство – творческую инновационную хозяйственную жизнь [6]. Таким образом, любая предпринимательская деятельность является бизнесом, но не любой бизнес является предпринимательством.

В законодательстве Республики Беларусь определение предпринимательской деятельности дается в статье 1 Гражданского Кодекса РБ [1]. Являясь разновидностью человеческой деятельности, направленной в первую очередь на получение прибыли, предпринимательство, рассматривается как одна из самых важных составляющих экономической системы и основывается на самостоятельности, инициативе, экономической и личной ответственности субъектов хозяйствования.

При толковании социально-экономической сущности предпринимательской деятельности следует учесть, что самостоятельная деятельность исключает деятельность в интегрированных объединениях, не принимается во внимание инновационный и социальный ее характер. Предлагается авторское определение предпринимательской деятельности, как инициативной экономической деятельности субъектов хозяйствования различных форм собственности, направленной на получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, оказания услуг или выполнения работ, носящей инновационный и социальный характер.

**Заключение.** Множество походов к определению предпринимательской деятельности свидетельствует о неопределенности данного понятия. Экономическое содержание предпринимательства раскрывается через его признаки: инициативу, коммерческий риск, ответственность, комбинирование факторов производства, новаторство и т.п. Представляя собой многогранное и интегральное социально-экономическое явление рыночной экономики, понятие современного предпринимательства требует корректировки и формирования унифицированного собирательного определения.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. № 218-З в редакции 04.05.19 г. № 185-З / Официальный сайт Национального правового интернет-портала РБ / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/> – Дата доступа: 01.12.2019.
2. Киреенко, Н.В. Малый и средний бизнес Беларуси в контексте развития Таможенного союза и Единого экономического пространства: монография / Н.В. Киреенко, Т.И. Кислая. – Минск: Мисанта, 2014. – 196 с.
3. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов: пер. с англ. / А. Смит. – М.: Эксмо, 2007. – 956 с.
4. Сэй, Ж.-Б. Трактат по политической экономии / Ж.-Б. Сэй. Экономические софизмы. Экономические гармонии: [пер. с фр.] / Ф. Бастиа. – М.: Дело, 2000. – 229 с.
5. Хоскинг, А. Курс предпринимательства: практ. пособие / А. Хоскинг; под общ.ред. В. Рыбалкина. – М.: Междунар. отношения, 1993. – 350 с.
6. Шумпетер, Й.А. Теория экономического развития: капитализм, социализм и демократия: пер. с нем. и англ. / Й.А. Шумпетер. – М.: Эксмо, 2008. – 861 с.

УДК 338.24

#### ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

*Д.Д. Клев, ФММП БНТУ, г. Минск*

*Резюме – на сегодняшний день предприятия уделяют особое внимание ассортименту выпускаемой продукции. Создание эффективной ассортиментной политики является одним из главных направлений деятельности предприятия. Эффективное формирование ассортиментной политики является актуальным, поскольку ассортимент является результатом деятельности предприятия, источником прибыли, базой функционирования и развития.*

*Ключевые слова: ассортиментная политика, товарная стратегия, инновация, ассортимент.*

**Введение.** Конкурентоспособность предприятия и эффективность его функционирования на рынке зависят не только от масштаба деятельности и эффективности использования ресурсов, но и от ассортимента реализуемой продукции. Предприятия имеют право по своему усмотрению выбирать экономическую стратегию – планировать, разрабатывать и формировать свою ассортиментную политику. Уровень эффективности предприятий и обеспечения экономической безопасности страны в целом, зависят от выбора эффективной ассортиментной политики. Изменение вкусов и предпочтений потребителей заставляют предприятия формировать новый ассортимент, и соответственно вносить изменения в его структуру.

**Основная часть.** В процессе формирования ассортимента важным элементом является определение товарного ассортимента, а также совокупности его составляющих продуктов. Для дальнейших исследований рассмотрим понятия «номенклатура» и «ассортимент».

Номенклатура продукции – это перечень продукции, который объединяется по технико-экономическим признакам и отражается отдельной позицией. В нем отражен систематизированный перечень групп, подгрупп и позиций продукции в натуральном выражении.

Ассортимент продукции – это специфицированный в установленном порядке перечень товаров, сгруппированный по видам или типам, который предприятие должно предоставить потребителям с учетом высокого качества и минимальной цены.

В зависимости от количества товарных групп различают два вида ассортимента: узкий (увеличение прибыли возможно за счет дополнения его новым товаром), широкий (увеличить прибыль можно исключив определенный товар или группу товаров). По объему целей, которые ставит перед собой предприятие, можно определить широту ассортимента. Если оно представляет на рынок исчерпывающий ассортимент, при этом получает значительную долю товара данной группы на рынке, то соответственно и ассортимент будет широк. И наоборот, когда предприятие стремится к высокой доходности, оно сужает ассортимент товаров. Восстановление и обогащение товарного ассортимента новыми изделиями приносит предприятию дополнительную прибыль, позволяет удовлетворить потребности потребителей, захватить большую долю рынка и не допустить появления новых конкурентов.

В настоящее время почти не осталось предприятий, которые производят и предлагают только один товар. Некоторые предприятия ограничивают свою деятельность производством и реализацией единой группы товаров. Многие предприятия занимаются, наоборот, выпуском и сбытом нескольких групп товаров. В том или ином случае возникает потребность в управлении товарным ассортиментом.

Формирование товарного ассортимента, в целом, направлено на наиболее полное удовлетворение спроса потребителей и обеспечения условий для прибыльной деятельности предприятия.

Подбор, планирование и регулирование ассортимента товаров базируется на принципах: согласованность структуры спроса потребителей в области деятельности предприятия; полное удовлетворение потребностей потребителей в пределах выбранной ниши сегмента потребительского рынка; обеспечение условий для получения желаемой прибыли; создание нужной широты, глубины и устойчивости ассортимента товаров.

Формирование ассортимента влияет на объем полученной предприятием прибыли от сбытовой деятельности, величину расходов, а также определяет потребности в оборотном капитале и других хозяйственно-финансовых показателях предприятия. Основными этапами формирования ассортимента товаров являются:

1. Составление перечня основных групп и подгрупп товаров исходя из специализации предприятия и потребностей потенциальных потребителей.
2. Распределение отдельных групп и подгрупп товаров между потребительскими комплексами постоянного и сезонного характера.
3. Установление глубины товарного ассортимента.
4. Планирование, разработка и внедрение соответствующего ассортимента товаров, который предлагается для потребителей.

Как следствие, разработанный ассортимент является стандартом ширины и глубины ассортимента товаров, который используется как нормативный документ при осуществлении коммерческой деятельности для закупки товаров и планировании структуры товарооборота предприятия.

Исследование практики управления ассортиментной политикой на отечественных предприятиях позволяет сформулировать основные подходы, используемые руководством при принятии управленческих решений по ассортиментной политике предприятия. По уровню управления выделяют методы стратегического и тактического уровня управления предприятием. Стратегические решения в сфере формирования ассортиментной политики предполагают использование методов, направленных на формирование хозяйственного портфеля, который объединяет совокупность отдельных направлений деятельности и продукции предприятия. Тактические решения в сфере формирования ассортиментной политики связаны с разработкой производственной программы предприятия на предстоящий плановый период.

Планированию и формированию ассортимента предшествует разработка ассортиментной концепции, которая дает научное обоснование о перспективном ассортименте предприятия, его оптимальный вариант, основанный на прогнозных данных относительно характера будущего спроса и потенциальных возможностей предприятия для удовлетворения запланированного спроса.

Целевая направленность и искусство планирования проявляются в том, когда реальные и потенциальные возможности предприятия удовлетворяют потребности потребителей на высоком уровне и позволяют получить достаточную прибыль.

**Заключение.** Формирование ассортиментной политики играет важную роль при планировании многих видов деятельности: от момента выбора сырья для производства продукции и его продажи на рынке. Обеспечение необходимого уровня обслуживания потребителей и рост основных экономических показателей деятельности предприятия зависят от правильного формирования ассортимента товаров на стадии планирования.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Гордеев, Д.К. Управление ассортиментом в современных экономических условиях / Д.К. Гордеев // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция, 2015. – 198 с.
2. Елкин, С.Е. Вопросы теории управления товарным ассортиментом / С.Е. Елкин // Сибирский торгово-экономический журнал, 2015. – 276 с.
3. Комарова, С.Л. Оценка конкурентоспособности товара – определяющий фактор формирования ассортимента / С.Л. Комарова // Вестник Белорусско-Российского университета, 2017 – 175 с.
4. Новикова, Н. Г. Логистический подход к управлению торговым ассортиментом и конкурентная стратегия розничной торговой организации / Н.Г. Новикова // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права), 2017. – 297 с.
5. Попов, Е.В. Ассортиментная матрица – основа для формирования ассортиментной политики / Е.В. Попов // Известия Уральского государственного экономического университета, 2015 – 215 с.
6. Прокопчук, А.А. Современные подходы к формированию оптимальной структуры товарного ассортимента торговой организации / А.А. Прокопчук // Этап: экономическая теория, анализ, практика, 2016 – 397 с.
7. Слащёв, Е.В. Оценка эффективности управления товарным ассортиментом предприятия как часть системы стратегического управления / Е.В. Слащёв // Вестник Астраханского государственного технического университета, 2017 – 98 с.

УДК 339.923

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВТО: ВЛИЯНИЕ НА ПРОЦЕСС ВСТУПЛЕНИЯ БЕЛАРУСИ

канд. экон. наук **А.В. Ковалёв**, БНТУ, г. Минск

*Резюме - в статье анализируется воздействие сложившихся трендов развития международных торговых отношений и ВТО как их регулятора на процесс вступления Беларуси в данную организацию. Неблагоприятные тенденции связаны с ростом протекционизма, проблемами эффективности функционирования ВТО, потенциальным расширением сфер регулирования и отношениями Беларуси с торговыми партнерами.*

*Ключевые слова: международные экономические отношения, Республика Беларусь, ВТО.*

**Введение.** Присоединение Беларуси к Всемирной торговой организации затянулось уже более чем на четверть века. Активизация переговоров в последние 3 года совпала с рядом тенденций, осложняющих переговорный процесс. Среди них рост протекционистских настроений, особенно в развитых странах; проблемы функционирования самой ВТО; возможное расширение сфер компетенций международных организаций; обострение торгово-экономических отношений Беларуси со странами-членами ВТО внутри ЕАЭС. Цель настоящей статьи – конкретизировать данные проблемы и обозначить возможные действия для эффективного решения поставленных задач.

**Основная часть.** Республика Беларусь заявила о желании присоединиться к ВТО в 1993 году, но длительное время переговоры практически не велись, их активная фаза возобновилась в 2016 году. Уже в 2018 году был подготовлен проект Доклада рабочей группы, что означало выход переговоров на финишную прямую, и по прогнозам присоединение Беларуси должно было состояться в 2019 году.

Оставляя вне поля рассмотрения выгоды и издержки участия в ВТО, обусловленные либерализацией внешней торговли (специализация в производстве товаров, где страна имеет сравнительное преимущество, и рост реальных доходов населения в связи с понижением цен импорта vs. риски проигрыша отраслей, неподготовленных к конкурентной борьбе), отметим важные специфические моменты для отечественной экономики. Беларусь осталась единственной страной-участником ЕАЭС и при этом не-участником ВТО. Это означает, что в той или иной мере косвенно на неё распространились обязательства, взятые остальными участниками в рамках ВТО, что в полной мере проявилось в вопросе определения единого таможенного тарифа ЕАЭС [1]. В то же время для Беларуси отсутствуют какие-либо преференции в международной торговле, которые среди прочего включают правовую защиту от применения ограничительных мер (пошлин, квот, антидемпинговых мер, технических ограничений, включая сертификационные меры [5]) в отношении белорусских товаров и возможность использования механизма разрешения споров внутри ВТО. Что касается возможных отрицательных последствий, то их минимизация зависит от согласованных условий вступления (длительность переходного процесса, исключения, разработки разрешенных инструментов поддержки некоторых отраслей [2]) и подготовленности страны к дальнейшей деятельности уже как члена организации.

Показательно, что переговоры о присоединении Беларуси проходят на фоне далеко не самых благоприятных тенденций. В развитии ВТО достигнут этап, когда из-за значительного количества стран-участниц (164) ухудшилась эффективность функционирования организации, где ключевые решения принимаются консенсусом. Происходит это в условиях роста протекционистских настроений, наиболее ярким примером чего являются торговые войны между США и Китаем. Проблемной видится сфера разрешения споров в ВТО. Некоторые ее аспекты исследованы в [4]: длительность рассмотрения дел, финансовая обременительность, негарантированность исполнения решения. К этим аспектам в последний год добавилась фактическая приостановка деятельности Органа по рассмотрению споров из-за блокировки США назначения новых судей после окончания каденции старых, что привело к отсутствию судейского кворума.

Дополнительной угрозой выступает стремление международных организаций расширить сферы собственной ответственности. Главной целью ВТО изначально являлась либерализация международной торговли, с развитием